



भारत का राजपत्र The Gazette of India

असाधारण

EXTRAORDINARY

भाग III—खण्ड 4

PART III—Section 4

प्राधिकार से प्रकाशित

PUBLISHED BY AUTHORITY

सं. 116]

नई दिल्ली, सोमवार, जुलाई 31, 2006/श्रावण 9, 1928

No. 116]

NEW DELHI, MONDAY, JULY 31, 2006/SRAVANA 9, 1928

भारतीय दूरसंचार विनियामक प्राधिकरण

अधिसूचना

नई दिल्ली, 31 जुलाई, 2006

सं. 1-13/2005-बी एंड सीएस.—भारतीय दूरसंचार विनियामक प्राधिकरण अधिनियम, 1997 (1997 का 24) की धारा 2 की उपधारा (1) के खण्ड (के) प्रावधान तथा धारा 11 की उपधारा (1) के खण्ड (डी) के अन्तर्गत केन्द्र सरकार द्वारा फाइल सं. 13-1/2004-रिस्ट्र से निर्गत अधिसूचना सं. 39 (एस.ओ. सं. 44 (ई) तथा 45 (ई) दिनांक 09/01/2004) के साथ पठित भारतीय दूरसंचार विनियामक प्राधिकरण अधिनियम, 1967 (1997 का 24) की धारा 11 की उपधारा (1) के खण्ड (बी) के उप पैरा (ii), (iii) तथा (iv) तथा उपधारा (2) के अंतर्गत प्रदत्त शक्तियों का प्रयोग करते हुए भारतीय दूरसंचार विनियामक प्राधिकरण एतद्वारा निम्नलिखित आदेश जारी करता है :

1. संक्षिप्त नाम, विस्तार तथा प्रारंभ

- i) यह आदेश "दूरसंचार (ब्राडकास्टिंग तथा केबल) सेवाएं (दूसरा) टैरिफ (छटा संशोधन) आदेश 2006 (2006 का चंन्ना)" कहा जाएगा।
- ii) यह आदेश संपूर्ण भारत में लागू होगा।
- (iii) यह आदेश सरकारी राजपत्र में इसके प्रकाशन की तारीख से लागू होगा।

2 (i) दूरसंचार (ब्राडकास्टिंग तथा केबल) सेवाएं (दूसरा) टैरिफ आदेश, 2004 (2004 का 6) के वर्तमान खण्ड 3 ए तथा उससे संबंधित प्रविष्टियों के बाद निम्नलिखित खण्ड तथा उससे संबंधित प्रविष्टियों को खण्ड 3बी के रूप में जोड़ा जाएगा:

‘3बी : खंड 3 के नीचे दिए गए प्रावधानों में उल्लिखित समान चैनलों के लिए समान दरों के निर्धारण में निम्नलिखित कारकों को ध्यान में रखा जाएगा :

- (i) नए ‘पे’ अथवा ‘फ्री टु एयर’ से ‘पे’ चैनल में प्रवर्तित चैनलों की किस्म तथा भाषा;
- (ii) चैनल समूह (समूहों) की कीमत में समान किस्म तथा भाषा के चैनल के लिए निर्धारित कीमत की रेंज तथा 26.12.2003 को मौजूद चैनल समूह (समूहों) की कीमतें; और
- (iii) ऐसे शहरों, जहां कैस मौजूद है, में समान किस्म तथा भाषा के एक अलग चैनल की कीमतों की रेंज।”

3. व्याख्यात्मक ज्ञापन

इस आदेश के अनुबंध ‘क’ में व्याख्यात्मक ज्ञापन दिया गया है।

आदेशानुसार,
राकेश कक्कड़, सलाहकार (बी एण्ड सीएस)
[विज्ञापन III/TV/142/2006/असल.]

अनुबंध – क

व्याख्यात्मक ज्ञापन

- 1.1 कुछ प्रमुख मल्टी सिस्टम ऑपरेटरों का प्रतिनिधित्व करने वाले संगठन, एमएसओ संगठन ने सुझाव दिया था कि सभी नए पे चैनलों (अर्थात् वे चैनल जिन्हें 26.12.2003 के बाद शुरू किया गया है) को अलग चैनल के रूप में प्रस्तुत किया जाना चाहिए। एमएसओएस के अनुसार नए पे चैनल (चैनलों)/अथवा एफटीए चैनलों को पे चैनलों में परिवर्तित करके अलग-अलग या एकल (स्टैंड अलोन) आधार पर नए अलग चैनल समूह के रूप में प्रस्तुत करने से संबंधित टैरिफ आदेश के मौजूदा प्रावधान प्रभावी नहीं

हैं। इसके अलावा, यह भी कहा गया कि चैनल समूह के भीतर अलग-अलग चैनलों की कीमतों के संबंध में जानकारी न होने के कारण से एमएसओएस द्वारा समुचित व्यापार युक्तिसंगतता के आधार पर निर्णय लेना कठिन होता है। एमएसओ संगठन की ओर से यह कहा गया कि एक नए चैनल समूह के भीतर चैनलों की अलग-अलग प्रस्तुति सुनिश्चित करने के लिए, टैरिफ आदेश में संशोधन करने की आवश्यकता है।

- 1.2 उपर्युक्त के संदर्भ में एसएसओ संगठन ने अपने 14 मार्च, 2005 के पत्र के माध्यम से टैरिफ आदेश में संशोधन का प्रस्ताव किया। उन्होंने अनुरोध किया कि 1.10.2004 के टैरिफ आदेश के प्रावधानों में "अथवा नए अलग समूह के भाग के रूप में" शब्दों को हटा दिया जाए। इसका अर्थ यह है कि सभी नए चैनलों को अलग चैनल के रूप में ही मुहैया कराया जा सकता है। उन्होंने यह भी उल्लेख किया कि एक बार पे चैनलों का एक नया चैनल समूह प्रारंभ करने पर, नई चैनल समूह की दर, मुद्रास्फीति के लिए की जाने वाली वृद्धि को छोड़कर प्रारंभिक दर के स्तर पर रोक दी जानी चाहिए। दूसरा सुझाव यह था कि यदि ब्राडकास्टर नया चैनल-समूह शुरू करने के बाद कोई नया चैनल शुरू करना चाहता है तो ऐसे पे चैनलों के और चैनल (चैनलों) की पेशकश एकल चैनल के रूप में की जानी चाहिए तथा इसे नए चैनलों के दूसरे चैनल समूह के साथ नहीं रखा जाना चाहिए। प्राधिकरण का ध्यान यथा-संशोधित केबल टेलीविजन नेटवर्क नियम, 1994 के नियम 9 और खासतौर पर 6.6.2005 से लागू आभासी कीमत से संबंधित दूसरे उपबन्ध की ओर भी आकर्षित किया गया।

- 1.3 प्राधिकरण ने प्रस्ताव पर विचार किया और निर्णय किया कि इन मुद्दों पर और अधिक जानकारी प्राप्त करने की और अंतिम निर्णय लेने से पूर्व व्यापक परामर्श करने की आवश्यकता है। इसके अलावा, 1.10.2004 के टैरिफ आदेश के कार्यान्वयन की प्रक्रिया के दौरान चैनलों का एक ब्राडकास्टर से दूसरे ब्राडकास्टर के पास माइग्रेशन, नए 'पे' चैनलों की दरों को प्रारंभिक स्तर पर फ्रीज करने, ट्राई की वैबसाइट में थोक कीमतों को प्रकाशित करने जैसे कई मुद्दे भी उठाए गए। तदनुसार एक संयुक्त परामर्श पत्र जारी किया गया जिसमें इन सभी मुद्दों को शामिल किया गया।

परामर्श प्रक्रिया

2.1 जैसा कि ऊपर पैरा 1.3 में उल्लेख किया गया है, व्यापक परामर्श के लिए प्राधिकरण ने 7.11.2005 को एक परामर्श पत्र जारी करने का निर्णय लिया। परामर्श के लिए निम्नलिखित प्रश्न उठाए गए :

- (i) क्या एमएसओ संगठन द्वारा सुझाए गए अनुसार "अथवा नए अलग समूहों के भाग के रूप में" शब्दों को हटाने के संशोधन का प्रस्ताव स्वीकार किया जाना चाहिए या नहीं?
- (ii) यदि नहीं तो क्या कोई दूसरा तरीका हो सकता है जिसमें एमएसओ संगठन द्वारा व्यक्त चिन्ता का समाधान ऐसे मौजूदा फ्रेमवर्क, जिसमें इस प्रकार के समाधान की कोई व्यवस्था नहीं है, के भीतर हो सकता है, यदि हां तो कैसे?
- (iii) क्या ऐसे बेंचमार्क दर्शाने के लिए, जिनका इस्तेमाल समान प्रकार के चैनलों की ऐसी दरों, जो 26.12.2003 को विद्यमान थे, की तुलना में नए पे चैनलों की दरों में समानता का निर्धारण करने के लिए किया जा सके, मौजूदा टैरिफ आदेश में संशोधन किया जाना चाहिए। यदि हां तो बेंचमार्क क्या होने चाहिए और निम्नलिखित विकल्पों में से इन बेंचमार्कों का निर्धारण कैसे किया जाए :
 - (क) क्या दरों में समानता के निर्धारण के लिए 26.12.2003 को विद्यमान चैनलों के समूह के औसत थोक कीमत को बेंचमार्क के रूप में इस्तेमाल किया जा सकता है ?
 - (ख) क्या गैर-कैस क्षेत्र में चैनल समूह के भीतर एक चैनल की थोक कीमत का पता लगाने के लिए चेन्नई (कैस क्षेत्र) के अलग-अलग चैनल के उपलब्ध कीमत तथा कैस और गैर-कैस क्षेत्रों के चैनल समूह की थोक कीमत का इस्तेमाल किया जाना चाहिए और क्या इस प्रकार प्राप्त अलग चैनल की थोक कीमत का इस्तेमाल दरों में समानता के संबंध में निर्णय लेने के लिए किया जाना चाहिए ?

- (ग) क्या कोई अन्य पद्धति हो सकती है और इस प्रकार की वैकल्पिक पद्धति का ब्यौरा क्या है?
- (घ) क्या समानता का निर्णय एक ही ब्राडकास्टर के संदर्भ में किया जाना चाहिए या समान किस्म के चैनलों के लिए सभी ब्राडकास्टरों के संदर्भ में यह निर्णय किया जाना चाहिए और क्या समानता का आकलन करने के लिए चैनल की भाषा तथा पहुंच (व्यापकता) पर भी विचार किया जाना चाहिए?
- (iv) यदि कोई मौजूदा पे चैनल एक वितरक को बदलकर दूसरे वितरक को अपनाता है, जैसा कि एचबीओ तथा टेन स्पोर्ट्स का मामला है, तो ऐसी स्थिति में क्या दृष्टिकोण अपनाया जाना चाहिए तथा टैरिफ आदेश में क्या विशिष्ट परिवर्तन अपेक्षित होंगे ?
- (v) क्या 26.12.2003 के बाद शुरू किए गए चैनलों/चैनल समूहों के लिए ब्राडकास्टरों द्वारा एमएसओएस से प्रभारित की जाने वाली कीमत को एमएसओएस द्वारा सुझाए गए अनुसार मुद्रास्फीति की वार्षिक वृद्धि की व्यवस्था के साथ प्रारंभिक कीमतों के स्तर पर फ्रीज कर दिया जाना चाहिए ?
- (vi) क्या 1.10.2004 के टैरिफ आदेश के खण्ड 4 के अनुसार ऐसी स्थिति में जब ब्राडकास्टर द्वारा एमएसओएस से प्रभारित की जाने वाली कीमत में परिवर्तन किया जाता है तो, ट्राई द्वारा उन्हें जनता की सूचना के लिए प्रकाशित किया जाना चाहिए ? यदि हां तो इससे किस प्रकार बाजार अधिक कुशलता से कार्य करेगा ?
- (vii) क्या हमें अलग-अलग चैनलों के कीमत निर्धारण की ओर अग्रसर होना चाहिए ताकि उपभोक्ता गैर-कैस के परिवेश में केबल ऑपरेटरों के माध्यम से चैनलों के संबंध में व्यापक विकल्प प्राप्त कर सकें ?

14 स्टेकहोल्डरों से इस संबंध में टिप्पणियां प्राप्त हुईं। विस्तृत टिप्पणियों का सार ट्राई की वेबसाइट www.trai.gov.in में उपलब्ध है। परामर्श प्रक्रिया के भाग के रूप में 18, 19, 23 और 25 जनवरी, 2006 को क्रमशः मुंबई, दिल्ली, बंगलौर और कोलकाता में ओपन हाऊस विचार-विमर्श किए गए। परामर्श प्रक्रिया के दौरान विभिन्न मुद्दों पर प्राप्त टिप्पणियों का सार अनुबंध में दिया गया है।

परामर्श प्रक्रिया के दौरान उठाए गए मुद्दों का विश्लेषण

“अथवा एक नए अलग चैनल समूह के भाग के रूप में” शब्दों को हटाने के लिए टैरिफ आदेश में संशोधन

3.1 1.10.2004 के टैरिफ आदेश में अन्य बातों के साथ-साथ यह प्रावधान है कि किसी ब्राडकास्टर द्वारा 26.12.2003 के बाद कोई नया पे चैनल शुरू करने या 26.12.2003 को मौजूद एफटीए चैनल को बाद में पे चैनल में बदलने की स्थिति में 26.12.2003 को मौजूद अधिकतम सीमा में वृद्धि की जा सकती है बशर्ते कि ऐसा नया पे चैनल या परिवर्तित एफटीए चैनल अलग-अलग या नए चैनल समूह के भाग के रूप में एकल आधार पर प्रस्तुत किया जाए न कि 26.12.2003 को मौजूद चैनल समूह के भाग के रूप में। यह प्रावधान है कि नए पे चैनल 26.12.2003 को मौजूद चैनल समूह का भाग नहीं होंगे और 26.12.2003 को मौजूद चैनलों की अधिकतम सीमा की रक्षा की दृष्टि से इनकी पेशकश एकल आधार पर की जाएगी। ऐसी आशा की गई थी कि एमएसओ अथवा स्वतंत्र एलसीओ, नए पे चैनलों का अलग-अलग या चैनल समूह के रूप में प्रस्ताव प्राप्त होने पर कोई निर्णय लेने से पूर्व अपने व्यापार पर विचार करेंगे। एमएसओएस तथा ब्राडकास्टर से फीड होने वाले स्वतंत्र एलसीओ के पास अभी भी इस प्रस्ताव को स्वीकार या अस्वीकार करने का विकल्प है। यद्यपि तकनीकी दृष्टि से इस प्रकार का विकल्प उपभोक्ताओं सहित वितरण श्रृंखला में नीचे के स्तर पर उपलब्ध नहीं है।

3.2 यद्यपि परामर्श पत्र के प्रत्युत्तर में प्राप्त एमएसओ संगठन के मूल प्रस्ताव में “अथवा एक नए अलग चैनल समूह के भाग के रूप में” शब्दों को हटाने का अनुरोध किया गया था परन्तु ओपन हाऊस में विचार-विमर्श के दौरान एमएसओएस द्वारा यह इंगित किया गया कि वे चाहते हैं कि एमएसओएस के पास किरायों के अनुसार बिल प्रणाली तथा चैनल समूह में से चुनने का विकल्प होना चाहिए।

3.3 संशोधन के समर्थन में एमएसओएस द्वारा यह मूलभूत तर्क दिया गया कि ब्राडकास्टर यह धमकी देकर कि वे 26.12.2003 को मौजूद पुराने चैनल समूहों को भी काट देंगे, ऑपरेटरों पर नए शुरू किए गए चैनल समूहों को लाद रहे हैं। एक और तर्क दिया गया कि वे बैंडविथ की तंगी के कारण एनॉलॉग नेटवर्क में नए अलग चैनल समूह के सभी चैनलों को संवहन करने की स्थिति में नहीं हैं। यह भी तर्क दिया गया है कि नए चैनल समूह में अवांछित चैनलों के लिए भुगतान करने में उपभोक्ताओं का विरोध होता है परन्तु एमएसओएस को पूरे नए चैनल समूह का संवहन तथा उसके लिए भुगतान करना पड़ता है। यद्यपि इस प्रकार की चिन्ता सही है परन्तु यह भी स्वीकार किया जाना चाहिए कि उच्चतर वितरण लागत के कारण किराया आधारित बिल प्रणाली अधिक महंगी है और एड्रसेबिलिटी के अभाव में बाजार की शक्तियों के बीच के वर्तमान अन्तर के कारण ऐसी स्थिति हो सकती है जिसमें एमएसओएस को उच्चतर कीमतों पर सभी नए चैनलों को लेना पड़ सकता है।

3.4 इसी प्रकार की चिन्ताओं को व्यक्त करते हुए उपभोक्ता संगठनों ने सुझाव दिया है कि अंतिम छोर पर क्षेत्र-एकाधिकार के वर्तमान परिदृश्य को देखते हुए ऑपरेटर के माध्यम से विकल्प प्राप्त होगा कहना गलत है और इस संशोधन से एमएसओएस की शक्ति ही बढ़ेगी।

3.5 सही मायने में इस प्रस्ताव के कार्यान्वयन पर विचार केवल भविष्य प्रभावी आधार पर ही किया जा सकता है। इसका आशय होगा कि विभिन्न समयों पर शुरू किए गए चैनलों के लिए तीन भिन्न प्रकार की व्यवस्थाएं होंगीं। एक व्यवस्था, उनके लिए जो 26.12.2003 को मौजूद थे, दूसरी व्यवस्था उन नए पे चैनलों के लिए होगी जो 26.12.2003 के बाद बने, तीसरी व्यवस्था एमएसओ संगठन के प्रस्ताव के आधार पर अन्ततः निर्णीत नई व्यवस्था होगी। इन तीनों प्रकार की प्रणालियों के लिए भिन्न-भिन्न प्रकार के विनियमों के कार्यान्वयन में जटिलता हो सकती है। यह प्रस्ताव यदि स्वीकार किया जाता है तो इसकी आलोचना, इस आधार पर भी की जाएगी कि यह नए प्रवेशकों के प्रति अन्यायपूर्ण होगा। इसके अतिरिक्त निकट भविष्य में उपभोक्ताओं के लिए प्रभावी विकल्प की संभावना को देखते हुए संभव है कि टैरिफ का भी गैर विनियमन हो।

3.6 इन सभी कारकों पर विचार करते हुए और खासतौर पर उपभोक्ता संगठनों के इस विचार को देखते हुए कि इससे बेहतर विकल्प उपलब्ध नहीं होगा प्राधिकरण ने एमएसओ संगठन का सुझाव स्वीकार न करने का निर्णय लिया है।

गैर-एड्रसेबल प्रणाली में वैकल्पिक पद्धति

3.7 डिजिटलीकरण को प्रस्तावित संशोधन में उल्लिखित कारणों के एक समाधान के रूप में देखा जा सकता है। ट्राई ने सितम्बर, 2005 में केबल टेलीविजन के डिजिटलीकरण के संबंध में पहले ही विस्तृत सिफारिशें की हैं। डीटीएच प्लेटफार्म के विकास के साथ यहां तक कि छोटे/मध्यम स्तर के एमएसओएस तथा अंतिम छोर पर मौजूद ऑपरेटर भी डिजिटलीकरण की ओर अग्रसर होने की आवश्यकता समझ रहे हैं। डिजिटलीकरण से ज्यादा चैनल उपलब्ध होंगे और काफी बेहतर गुणवत्ता प्राप्त होगी परन्तु इससे उपभोक्ता को बिना कैस के जो वह देखता है उसके लिए ही भुगतान करने की सुविधा उपलब्ध नहीं हो सकती है। बहरहाल, देश भर में कैस और डिजिटलीकरण दोनों के फैलने में समय लगेगा।

3.8 एक सुझाव यह भी दिया गया है कि गैर-कैस परिवेश में कोई ऐसा तंत्र होना चाहिए जिससे चैनल समूह के भीतर चैनल की औसत कीमत की तुलना में एक चैनल की कीमत का पता लग सके। जैसा कि टैरिफ आदेश में संशोधन शीर्ष के अन्तर्गत पहले ही उल्लेख किया गया है, अलग-अलग चैनलों की कीमत के निर्णय का तभी अर्थ होगा जब चैनल समूह के भीतर एक अलग चैनल के विकल्प की सुविधा मौजूद हो।

3.9 एक दृष्टिकोण यह हो सकता है कि टैरिफ आदेश में यह अनिवार्य किया जाए कि यदि एकल (स्टैंड अलोन) आधारित नए चैनल समूह के भाग के रूप में नए पे चैनल की पेशकश की जाए तो चैनल की कीमत का भी चैनल समूह की कीमत के साथ उल्लेख किया जाना चाहिए। इससे पारदर्शिता आएगी। ब्राडकास्टर्स द्वारा प्रायः अलग-अलग कीमत बताने के

विरुद्ध यह तर्क दिया जाता है कि व्यापार मॉडल में विभिन्न प्रकार के चैनल बेचने होते हैं और मूल्य इस प्रकार निर्धारित करनी होती है, जिससे चैनल समूह का विपणन हो सके तथा चैनल समूह की कीमत केवल समूह में अलग-अलग चैनलों की लागत का जोड़ नहीं होती है। बहरहाल, प्रायः यह देखा गया है कि चैनल समूह में चैनलों का स्रोत एक ही सामग्री प्रदाता नहीं होता है जिसका आशय यह है चैनलों को अलग-अलग अधिग्रहीत किया जाता है और इसलिए इसकी अपनी संदर्भ लागत हो सकती है।

3.10 यह सुझाव कि सभी समूहों को साथ लेकर और 7% की वृद्धि के साथ समग्र कीमत प्रीज होनी चाहिए, व्यावहारिक नहीं है। यह टैरिफ आदेश के भावना के अनुरूप भी नहीं है और इससे वर्तमान कीमत संबंधी आदेश जो चैनल समूह की कीमतों को 26.12.2003 को विद्यमान चैनल समूह के कीमत स्तर पर नियंत्रित करता है, के कार्यान्वयन की समस्याएं भी पैदा हो सकती हैं।

3.11 प्रमुख चैनलों को सेट टॉप बॉक्स के माध्यम से देने से संबंधित एक अन्य सुझाव मुख्यतः कैसे उन्मुखी समाधान है और यह सरकार के निर्णय पर निर्भर करता है।

3.12 उपयुक्त विश्लेषण और परामर्श प्रक्रिया पर लिए गए निर्णय के आधार पर एड्रेसबिलिटी का प्रावधान करने तथा डिजिटलीकरण का प्रसार करने के अलावा कोई ऐसी पद्धति नहीं दिखाई दी जिससे इस समस्या का समाधान हो सके। किसी अन्य विकल्प पर विचार करने से पूर्व इन मुद्दों पर सरकार के निर्णय की प्रतीक्षा करना बेहतर होगा।

26.12.2003 को मौजूद समान चैनलों की दरों की तुलना में नए पे चैनलों की दरों में समानता का निर्धारण करने के लिए इस्तेमाल किए जाने वाले बैचमार्को को दर्शाने के लिए, मौजूदा टैरिफ आदेश में संशोधन करना।

3.13 वर्तमान टैरिफ आदेश में ऐसी कोई विशिष्ट पद्धति नहीं दी गई है जिसका पालन 26.12.2003 को विद्यमान चैनलों की समानता का पता लगाने के लिए किया जा सकता है। दो चैनलों को समान मानने के लिए मानदण्डों संबंधी कठिनाइयों के कारण समस्या यह है कि किसी एक विधि को पूर्ण नहीं कहा जा सकता है। इससे भी ज्यादा महत्वपूर्ण यह है कि दो चैनलों के बीच विषय सामग्री तथा कार्यक्रम की गुणवत्ता में समानता का पता लगा लेने के

बाद भी इस प्रकार के समान चैनलों का महत्व (मूल्य) का मामला विविध वर्गों के दर्शकों की अवधारणा से जुड़ा हुआ है। निर्मित उत्पादों से भिन्न मनोरंजन, मस्तिष्क को प्रभावित करता है और इसलिए दो समान प्रकार के चैनलों के संदर्भ में दर्शकों की धारणा भी अलग-अलग होने की संभावना है। अतः ऐसे समान उत्पादों, जिनके बारे में दर्शकों की धारणा अलग-अलग प्रकार की है, की कीमत अलग-अलग निर्धारित करना सही व्यापारिक निर्णय है। इस प्रश्न पर प्राप्त टिप्पणियों से भी इस बात का समर्थन होता है। अतः कोई भी कार्य यदि किया भी जाए तो प्रथम दृष्टया, वह विषयपरक तथा एक जजमेंटल आकलन होगा और इसलिए वह पूर्ण नहीं होगा।

3.14 एमएसओएस के सुझाव के अनुसार अप्रैल, 2004 के परामर्श पत्र में उल्लिखित फार्मूलों का इस्तेमाल करना भी प्रभावी नहीं होगा। इस फार्मूले में यह इंगित किया गया है कि किसी भी चैनल की लागत, चैनल समूह की औसत कीमत के दुगने से ज्यादा नहीं होनी चाहिए। बहरहाल, जैसा कि परामर्श-पत्र में ही उल्लेख किया गया है इससे दो चैनलों के समूह जैसे कि ईएसपीएन/स्टार स्पोर्ट्स (प्रत्येक चैनल की कीमत चैनल समूह के कीमत के बराबर है) के मामले में गलत परिणाम निकलता है।

3.15 उपभोक्ताओं की टिप्पणियों को देखते हुए कीमतों के बेंचमार्क के मार्गनिर्देशों का प्रावधान करने का प्रस्ताव है। एक ही पद्धति जिसे अपनाया जा सकता है वह है चैनल समूह की कीमतों को लेना, मुद्रास्फीति के लिए उनमें समायोजन करना, उसी प्रकार के चैनलों के चेन्नई (और अन्य कैस बाजार में जब वे उमरें) में चैनलों की अलग-अलग कीमतों को ध्यान में रखना और तब थोक कीमत रियायत के समायोजन के बाद अलग-अलग कीमतें निर्धारित करना। इन मार्गनिर्देशों का प्रावधान करने के लिए टैरिफ आदेश में संशोधन किया जा रहा है। इस प्रक्रिया को स्पष्ट करने के लिए नीचे एक नमूना गणना दी गई है।

3.16 5 चैनलों के एक समूह की लागत दिसम्बर 2003 में 50 रु. थी। चेन्नई में अलग-अलग चैनलों की कीमत : 30 रु. (आम मनोरंजन), 25 रु. (खेलकूद), 15 रु. (फिल्म), 8 रु. (कार्टून) और 7 रु. (लाइफ स्टाइल) कुल = 85 रु. है।

बिल के अनुसार बेचे गए आम मनोरंजन के चैनल की बेंचमार्क कीमत 30×1.07 (मुद्रास्फीति के लिए) = 32.10 रु. होगी। सभी प्रकार के चैनलों के लिए इसी प्रकार की गणना की जाएगी और इस प्रकार की गणना द्वारा अलग-अलग चैनलों की बेंचमार्क का पता लगाया जा सकता है।

जब चैनल को चैनल समूह में बेचा जाएगा तो इसकी बेंचमार्क कीमत $30 \times 1.07 \times (50/85) = 17.77$ रु. होगी। संदर्भित चैनल समूह की कीमत की गणना, चैनल समूह में अलग-अलग चैनलों की कीमतों के बेंचमार्क कीमतों को जोड़कर की जाएगी, जैसा कि ऊपर किया गया है। ऊपर इस्तेमाल किए गए 85 रु. तथा 50 रु. केवल उदाहरण हैं। एक समूह में अलग-अलग चैनलों की बेंचमार्क कीमत के निर्धारण के लिए सभी ब्राडकास्टर्स के 26.12.2003 को मौजूद चैनल समूह की कीमत, 26.12.2003 को मौजूद ब्राडकास्टर के चैनल समूह (समूहों) की समूह कीमत में समान किस्म तथा भाषा के अलग-अलग चैनलों की कीमत, सभी ब्राडकास्टर्स के समान किस्म तथा भाषा के चैनलों के किराए के बिल के अनुसार प्रस्तुत अलग-अलग चैनलों की कीमतों के रेंज को ध्यान में रखा जाएगा।

यदि कोई वर्तमान पे चैनल एक प्राधिकृत एजेंसी को छोड़कर दूसरे को अपनाता है तो ऐसी स्थिति में अपनाया जाने वाला दृष्टिकोण।

3.17 जैसा कि 1.10.2004 के टैरिफ आदेश में इंगित किया है एक ऐसा खंड जोड़ने का निर्णय लिया गया है जिस पर समान प्रकार के चैनलों की दरों में समानता का निर्धारण करते समय विचार किया जाएगा। अभी तक चैनलों के एक प्राधिकृत एजेंसी को छोड़कर दूसरे को अपनाने के केवल दो मामले हुए हैं। टेन स्पोर्ट्स, जिसका वितरण पहले मोदी इन्टरटेनमेंट द्वारा किया जा रहा था, ने वन अलायंस ज्वाइन कर ली है और इसे अब एक नए चैनल समूह के रूप में उनके द्वारा वितरित किया जा रहा है। एचबीओ, जिसे पहले वन अलायंस द्वारा वितरित किया जा रहा था, उसे अब एक नए चैनल समूह के रूप में जी टर्नर द्वारा वितरित किया जा रहा है। इनमें से एक चैनल अंगरेजी फिल्मों का चैनल है, जो बहुत लोकप्रिय नहीं है। यदि चैनल की पेशकश अलग चैनल के रूप में की जाए तो अलग कीमत की और यदि चैनलों को एक समूह के रूप में प्रस्तुत किया जाता है तो समूह की कीमतों की युक्तिसंगतता का निर्धारण करने के लिए पूर्ववर्ती पैराग्राफ में उल्लिखित दृष्टिकोण का इस्तेमाल किया जा सकता है।

क्या 26.12.2003 के बाद शुरू किए गए चैनलों/चैनल समूहों के लिए ब्राडकास्टर द्वारा एमएसओएस से प्रसारित की जा रही कीमतों को उसी स्तर पर फ्रीज कर दिया जाना चाहिए जिस स्तर पर उन्हें शुरू किया गया था ?

3.18 यह सुझाव एमएसओएस संगठन द्वारा दिया गया था, उन्होंने वार्षिक मुद्रास्फीति के समायोजन के लिए एक तंत्र बनाने पर विचार करने के लिए भी कहा। यहां आशंका यह है कि इन नए समूहों की कीमतें बढ़ाई जा सकती हैं। ब्राडकास्टरों ने किसी भी प्रकार का कीमत नियंत्रण का विरोध किया क्योंकि वे समझते हैं कि ऐसा करना जरूरी नहीं है क्योंकि कीमतों में वृद्धि केवल अस्थायी है। दो उपभोक्ता संगठनों में से एक, एमएसओ संगठन के विचार से सहमत था जबकि दूसरे ने सुझाव दिया कि इसे समानता की जांच करने के लिए सुझाए गए तंत्र के माध्यम से विनियमित किया जाना चाहिए (ऊपर पैरा 3.13 श 3.16 में चर्चा की गई है)। सुझाया गया यह दृष्टिकोण सर्वोत्तम है क्योंकि इससे व्यापक तौर पर कीमतों की युक्तिसंगतता की जांच का आधार मुहैया होगा।

क्या 1.10.2004 के टैरिफ आदेश के खण्ड 4 के अंतर्गत सूचित ब्राडकास्टर द्वारा एमएसओएस से प्रसारित कीमतों में जब कभी परिवर्तन हो, उन्हें ट्राई द्वारा जनता की सूचना के लिए प्रकाशित किया जाना चाहिए ? यदि हां तो इससे किस प्रकार बाजार की कुशलता बढ़ेगी ?

3.19 इस मुद्दे पर दो उपभोक्ता संगठनों ने सुझाव का समर्थन किया। परन्तु कुछ ब्राडकास्टरों ने कहा कि इसके साथ-साथ एमएसओएस और केबल ऑपरेटरों द्वारा उपभोक्ताओं को भी सूचना प्रदान की जाए। सिद्धांतः कीमतों को रिलीज करने में कोई विशेष आपत्ति नहीं हो सकती है। इससे ज्यादा पारदर्शिता आएगी और सूचना का प्रसार होगा। परन्तु आज की बाजार की स्थिति को देखते हुए थोक कीमतों तथा फुटकर कीमतों के बीच कोई सीधा संबंध नहीं है — यह विचार-विमर्श पर आधारित संयोजन के स्तर तथा कुल भुगतान, न केवल किसी खास समूह के लिए भुगतान बल्कि दूसरे समूहों के भुगतान पर भी निर्भर करता है। इस प्रकार समान थोक मूल्य के बावजूद देश के विभिन्न भागों में फुटकर कीमतें अलग-अलग होती हैं। एड्रसेबिलिटी

के अभाव में इन कीमतों में एकरूपता लाना संभव नहीं है क्योंकि देश के विभिन्न भागों की स्थिति में बहुत ज्यादा अन्तर है। अतः प्रत्येक सेवा प्रदाता के लिए यह सर्वोत्तम होगा कि वह इन प्रभारों में बकाया सहित सभी मदों का ब्यौरा प्रदान करें। इसे विवाद होने की स्थिति में उसका समाधान करने में भी सहायता मिलेगी। सिद्धांततः यह निर्णय किया गया है कि ब्राडकास्टर्स द्वारा सूचित इन थोक कीमतों को ट्राई के वेबसाइट में इस स्पष्टीकरण के साथ डाला जाए कि यह जरूरी नहीं है कि फुटकर कीमतें पूरी तरह इन कीमतों को प्रतिबिम्बित करें क्योंकि विचार-विमर्श के आधार पर प्राप्त संयोजन 100% से कम होता है इसलिए फुटकर कीमतें सामान्यतौर पर थोक कीमतों से कम होती हैं। ऐसा तंत्र भी होना चाहिए जिससे एमएसओएस द्वारा केबल ऑपरेटरों पर और केबल ऑपरेटरों द्वारा उपभोक्ताओं पर अलग अलग चैनलों के लिए प्रभारित की जाने वाली कीमतों को क्रमशः केबल ऑपरेटरों तथा उपभोक्ताओं को उपलब्ध कराया जाना चाहिए। ऑपरेटरों की बड़ी संख्या को देखते हुए और यह देखते हुए कि इस समय इसके लिए फील्ड स्तर पर कोई प्रवर्तन तंत्र नहीं है ऐसा करने का तरीका अलग से निर्धारित किया जाना होगा। इस प्रकार चैनलों/चैनल समूहों की दरों को प्रकाशित करने और/अथवा अलग-अलग उपभोक्ताओं को सूचित करने की जांच एक अलग व्यापक कवायद के रूप में की जाएगी।

क्या हमें अलग-अलग चैनलों के मूल्य निर्धारण की ओर अग्रसर होना चाहिए ताकि उपभोक्ता, गैर कैस परिवेश में केबल ऑपरेटरों के माध्यम से चैनलों के बारे में व्यापक विकल्प प्राप्त कर सकें ?

3.20 इस विषय पर एक आम राय अभी तय की जानी है। तदनुसार इस समय कीमत नियंत्रण प्रणाली की मूलभूत योजना में कोई परिवर्तन करने की आवश्यकता प्रतीत नहीं होती है।

3.21 सिविल अपील संख्या 2006 के 2061 तथा 2006 के 2247 में आदेश की तिथि के अनुसार यथास्थिति बनाए रखने के संबंध में माननीय सर्वोच्च न्यायालय के 28-4-2006 के निर्देशों का सम्मान करते हुए वाणिज्यिक सब्सक्राइबर्स से संबंधित प्रभारों के मामले में समान चैनलों के लिए समान दरों के निर्धारण हेतु प्रस्तावित खण्ड 3बी में उल्लिखित कारकों को शामिल नहीं किया गया है।

अनुबंध

स्टेकहोल्डर्स की टिप्पणियों का सार

इन मुद्दों पर राय सामान्यतौर पर व्यापक मॉडल की तर्ज पर विभाजित दिखाई दी जो स्टेकहोल्डर्स के अपने-अपने हितों को प्रतिबिम्बित करता है जिसमें एक ओर ब्राडकास्टर्स, चैनल प्रदाताओं तथा चैनल वितरकों का समूह था और दूसरी ओर एमएसओएस और केबल ऑपरेटर थे। केवल दो उपभोक्ता संगठनों ने अपनी प्रतिक्रिया दी। स्टेकहोल्डर्स के इन तीन प्रमुख समूहों से प्राप्त अलग-अलग विचारों को प्रतिबिम्बित करने के लिए प्राप्त टिप्पणियों को संक्षेप में आगे दिया गया है। ओपन हाउस विचार-विमर्शों के दौरान उठाए गए कुछ नए मुद्दों पर भी विचार किया गया।

(क) एमएसओ संगठन द्वारा प्रस्तावित टैरिफ आदेश में संशोधन के प्रस्ताव पर प्रमुख समूहों के विचार:

1. ब्राडकास्टर, चैनल प्रदाता, चैनलों के वितरकों का समूह

- (i) सामूहिक पसंद दी जाती है, अलग-अलग पसंद के लिए सर्वानुमति अपेक्षित है, जो व्यावहारिक नहीं है। इसके अलावा यह तर्क कि बिल आधारित व्यवस्था से व्यापक उपभोक्ता पसंद की स्थिति बनती है, गलत है क्योंकि इसमें भी केबल ऑपरेटर या चैनलों का स्थान या सेवा की गुणवत्ता के मामले में उपभोक्ताओं की अपनी कोई पसंद नहीं होगी।

- (ii) किराए के बिल पर आधारित मॉडल के प्रभावी तथा पारदर्शी होने के लिए एक समुचित एड्रसेबल सिस्टम का होना महत्वपूर्ण है।
- (iii) चैनलों को एक बिल आधारित व्यवस्था में प्रतिबंधित करने से मितव्ययिता के लाभ प्राप्त नहीं होते हैं और परिणामतः कार्यक्रमों की विविधता कम होती है तथा नए तथा ताक (NICHE) चैनलों को समान अवसर प्राप्त नहीं होता। उद्योग का विकास प्रतिबंधित होता है जिससे वाल्यूम डिस्काउटिंग का लाभ नहीं प्राप्त होता, विकल्प कम होते हैं तथा उपभोक्ताओं के लिए लागत बढ़ती है। यह बताया गया कि अमेरिकी बाजार के अध्ययन में इस प्रकार के साक्ष्य मिले थे।

II एमएसओएस, केबल ऑपरेटरों का ग्रुप

- (i) ब्राडकास्टर सभी पे चैनलों को समूहित करते हैं और ग्राहक भुगतान करने के इच्छुक नहीं रहते हैं क्योंकि वे सभी पे चैनलों को नहीं देखते हैं। ब्राडकास्टरों द्वारा एचबीओ तथा टेन स्पोर्ट्स चैनलों के मामले में "अथवा नए अलग समूह के भाग के रूप में" शब्दों का लाभ उठाया गया है।
- (ii) अनुरोध यह किया गया है कि दोनों विकल्प — अलग-अलग अथवा समूह को सब्सक्राइब करना — उपलब्ध होने चाहिए और इस प्रकार का चयन वास्तविक हो इसके लिए टैरिफ आदेश में कीमत फार्मूला का विकल्प समाहित किया जाना चाहिए जिससे चैनल समूह में शामिल अलग-अलग चैनल/किराए के बिल की कीमत की अधिकतम सीमा निर्धारित की जा सके।
- (iii) चैनलों की संख्या में बड़ी संख्या में वृद्धि होने और बैंडविथ सीमित होने के कारण सभी चैनलों का संवहन संभव नहीं है।

III उपभोक्ता संगठनों का गुप

इस मामले पर अपनी प्रतिक्रिया देने वाले उपभोक्ता संगठनों ने कहा कि एमएसओ संगठन का प्रस्ताव कैसे लागू होने तक या उपभोक्ता के स्तर पर एड्रसेबल प्रणाली लागू किए जाने तक स्वीकार नहीं किया जाना चाहिए। वर्तमान ढांचे में जब उपभोक्ता को केवल एक केबल ऑपरेटर से व्यवहार करना होता है, सामूहिक पसंद की बात कहना गलत है और इस संशोधन से केवल एमएसओएस की शक्ति बढ़ेगी।

(ख) एमएसओ संगठन द्वारा व्यक्त चिन्ता के नॉन एड्रसेबिलिटी के मौजूदा फ्रेमवर्क में समाधान से संबंधित वैकल्पिक पद्धति के मुद्दे पर स्टैकहोल्डर्स के विभिन्न गुपों के विचार इस प्रकार हैं :

I ब्राडकास्टर, चैनल प्रदाता, चैनलों के वितरकों का गुप

(i) एनॉलॉग मोड में चैनलों के संवहन के लिए बैंडविथ की तंगी के संबंध में एमएसओएस की चिन्ताओं का समाधान, कैसे के अभाव में डिजिटलीकरण से हो सकता है। चैनल की पेशकश अलग-अलग या चैनल समूह के रूप में करने के विकल्प का निर्धारण करना ब्राडकास्टर के ऊपर छोड़ दिया जाना चाहिए तथा गैर-कैसे परिवेश में बाजार द्वारा संचालित समाधान को सर्वोत्तम बताया गया।

II एमएसओएस तथा केबल ऑपरेटर्स का गुप

i) आम राय यह है कि टैरिफ आदेश में संशोधन करने के अलावा कोई अन्य तरीका नहीं है क्योंकि वे उन पर थोपे जाने वाले चैनलों के सभी समूह (समूहों) को एनॉलॉग मोड में संवहन करने में समर्थ नहीं हैं।

- ii) तथापि, नॉन एड्रैसेबल स्थिति में विकल्पतः चैनल समूह में प्रति चैनल की औसत कीमत की तुलना में चैनलों के अलग-अलग कीमत के लिए मूलभूत फार्मूले की आवश्यकता है, ताकि ऑपरेटरों के लिए अलग-अलग चैनलों की कीमतें अव्यावहारिक न हों।
- iii) एक राय यह थी कि संशोधन करना व्यावहारिक न होने की स्थिति में 26.12.2003 को विद्यमान कीमतों को बेंचमार्क के रूप में इस्तेमाल किया जा सकता है परन्तु सभी चैनल समूहों के कुल कीमत में केवल 7% की वृद्धि की ही अनुमति दी जानी चाहिए।
- iv) एक विचार यह सामने आया कि एक अधिसूचित तिथि के बाद आने वाले पे चैनलों के मामले में ट्राई की सिफारिशों, जो चैनल समूह में अधिकतम उपलब्ध-रियायत पर सीमित कीमत विनियमन के साथ एसटीवी की व्यवस्था से संबंधित हैं, के जरिए इस मुद्दे का समाधान किया जाना चाहिए।

III उपभोक्ता संगठनों का ग्रुप

- i) यदि एसटीवी के जरिए कैस को किराया आधार पर कार्यान्वित किया जाए और डिजिटलीकरण किया जाए जो इस मुद्दे का समाधान हो जाएगा।
- ii) दूसरे उपभोक्ता संगठन का मत था कि यह मुद्दा पे चैनलों के माइग्रेशन के कारण उत्पन्न हुआ है और यह सेवा प्रदाताओं के बीच का विवाद है। भविष्य में कोई विवाद न हो इसके लिए ट्राई को सभी ब्राडकास्टर्स/वितरकों के लिए यह अनिवार्य किया जाना चाहिए कि वे सभी मौजूदा पे चैनलों की कीमत अलग-अलग निर्धारित करें।

ग) 26.12.2003 को विद्यमान इसी प्रकार के पे चैनलों की दरों की तुलना में नए पे चैनलों की दरों में समानता का निर्धारण करने के लिए बेंचमार्क दर्शाने के लिए टैरिफ आदेश में संशोधन के मुद्दे पर विभिन्न गुणों के विचार इस प्रकार हैं :

I ब्राडकास्टर, चैनल प्रदाता, चैनलों के वितरकों का ग्रुप

- i) इस ग्रुप ने कहा कि प्रतिस्पर्धी बाजार में तेजी से हो रहे विकास को पहचाना जाना चाहिए और कीमतों पर लगी रोक को हटाया जाना चाहिए। टैरिफ आदेश में संशोधन करके मुक्त बाजार के सिद्धांत को लागू किया जाना चाहिए तथा कीमतों का निर्धारण वाणिज्यिक करारों के आधार पर होने देना चाहिए।
- ii) किसी ऐसे उत्पाद, जो बौद्धिक सम्पदा अधिकार से सम्बद्ध हो तथा कॉपीराइट की सामग्री हो, के लिए बेंचमार्क नियत करना कॉपीराइट को विनियमित करना जैसा है। मनोरंजन कोई ऐसी वस्तु नहीं है जिस पर मात्रात्मक पैरामीटर लागू होते हैं और यह कोई अनिवार्य वस्तु भी नहीं है जिसे कीमत विनियमन के अन्दर लाया जाए।
- iii) इस्तेमाल होने वाली प्रौद्योगिकी, अपनाए जाने वाले वितरण मॉडल, सामग्री की गुणवत्ता, कार्यक्रमों के फॉर्मेट, मध्यस्थों को भुगतान किए जाने वाले मार्जिन/शुल्क अलग-अलग होने से बिलकुल भिन्न लागत संरचना में बेंचमार्क का दृष्टिकोण अप्रभावी और तर्कहीन हैं तथा यह एक अच्छा कार्य भी नहीं है।

II एमएसओएस तथा केबल ऑपरेटरों का ग्रुप

- i) चैनलों की समानता का निर्णय सभी ब्राडकास्टरों के समान किस्म तथा भाषा के चैनलों के रेट कार्ड अथवा अलग-अलग चैनल की कीमत को दृष्टिगत रखकर

किया जाना चाहिए। पहुंच (व्यापकता) का मानदण्ड विषयपरक होने के कारण इसका इस्तेमाल नहीं किया जाना चाहिए।

- ii) प्राप्त थोक कीमत को बेंचमार्क के रूप में इस्तेमाल नहीं किया जाना चाहिए।
- iii) एक राय यह भी है कि यदि 26.12.2003 को विद्यमान कीमत को बेंचमार्क के रूप में इस्तेमाल किया जाए तो ब्राडकास्टर/वितरक के सभी चैनल समूहों की कुल कीमत पर मुद्रास्फीति के कारण केवल 7% की वृद्धि की ही अनुमति दी जानी चाहिए।
- iv) दूसरी राय यह भी थी कि अप्रैल, 2004 के परामर्श पत्र के अध्याय 3 के पैरा 4 में यथा उल्लिखित चैनलों के समूह की तुलना में किराया बिल के आधार पर कीमतों के निर्धारण की पद्धति का इस्तेमाल किया जा सकता है।
- v) सामग्री की कीमतों में अन्तर्गस्त विषयपरकता के बावजूद उसी किस्म के मौजूदा चैनल की कीमत की तुलना में नए चैनलों की कीमतों की अधिकतम सीमा निर्धारित करनी होती है। एक विकल्प यह सुझाया गया है कि मौजूदा चैनल की कीमत का 1.5 गुणा तक कीमत की सीमा रखी जाए। यदि कोई ब्राडकास्टर यह समझता है कि इस प्रकार की कीमत से उसकी लागत कवर नहीं होगी तो ऐसी स्थिति में ट्राई द्वारा लागत के व्यौरों की जांच के बाद मामला-दर-मामला आधार पर समुचित मार्जिन का अपवाद किया जा सकता है।

III उपभोक्ता संगठनों का ग्रुप

एक विचार यह था कि चेन्नई के कैस क्षेत्र के एक अलग चैनल की कीमत, जो उपलब्ध है तथा कैस और गैर-कैस क्षेत्र में थोक चैनल समूह की कीमतों का इस्तेमाल चैनल समूह के भीतर एक चैनल की थोक कीमत का पता लगाने

तथा दरों में समानता का निर्णय करने के लिए किया जाए। दूसरे संगठन का सुझाव था कि चैनलों को ब्राडकास्टर द्वारा विभिन्न किस्मों में वर्गीकृत किया जाए तथा जब तक कोई समाधान व्यवस्था (एड्रैसेबिलिटी) लागू नहीं होती तब तक एक किस्म की औसत कीमत को बेंचमार्क के रूप में इस्तेमाल किया जा सकता है। समाधान की प्रणाली (एड्रैसेबिलिटी) लागू हो जाने के बाद बाजार की शक्तियों को कीमतों को निर्धारित करने देना चाहिए।

घ) टैरिफ आदेश में अपेक्षित विशिष्ट परिवर्तन करने और वर्तमान पे चैनल द्वारा एक वितरक को छोड़कर दूसरे वितरक को अपनाने के मुद्दे पर विभिन्न स्टैकहोल्डर ग्रुपों के तर्क

I ब्राडकास्टर, चैनल प्रदाता, चैनलों के वितरकों का ग्रुप

- i) विनियामक को निजी पार्टियों द्वारा आपसी विचार-विमर्श के आधार पर तय संविदाओं में हस्तक्षेप नहीं करना चाहिए।
- ii) ऐसी घटनाएं विशिष्ट होती हैं और इनके लिए कोई पद्धति निकालना असंभव है क्योंकि ये घटनाएं अलग-अलग अवधियों में घटी होती हैं।
- iii) पद्धति के संबंध में भी दो सुझाव हैं। एक सुझाव है कि मौजूदा वितरक को समूह की मौजूदा कीमत में परिवर्तन किए बिना मौजूदा चैनल समूह से बाहर जाने वाले चैनल के स्थान पर नया चैनल प्राप्त करने की अनुमति दी जानी चाहिए। विकल्पतः यदि इस प्रकार के अधिग्रहण के परिणामस्वरूप प्रति सब्सक्राइबर उच्चतर लागत आती है तो यह नए वितरक पर छोड़ दिया जाना चाहिए कि वह इस प्रकार का नया चैनल किराया बिल आधार पर मुहैया कराए या वाल्यूम डिस्काउंट जोड़कर नए समूह के भाग के रूप में मुहैया कराए।

II एसएसओएस तथा केबल ऑपरेटरों का ग्रुप

- i) चैनल समूह की कीमतों में कमी की सीमा नए ब्राडकास्टर/वितरक के लिए बेंचमार्क होना चाहिए और इसकी व्यवस्था करने के लिए ब्राडकास्टरों द्वारा जनता की जानकारी के लिए अलग-अलग चैनलों तथा चैनल समूह की कीमत प्रकाशित की जानी चाहिए।

- ii) दूसरा सुझाव यह है कि मुद्रास्फीति की वृद्धि के अध्यधीन सभी चैनल समूहों की कुल कीमत पर कीमतों के फ्रीज का सिद्धांत लागू किया जाए अथवा विकल्पतः शिफ्ट हुए चैनलों को कम से कम 6 महीने तक, जब तक बाजार की शक्तियां चैनल का सही मूल्य निर्धारित नहीं कर देती, एकल आधार पर (स्टैंड अलोन) पर ही प्रस्तुत करना अनिवार्य किया जाए।

III उपभोक्ता संगठनों का ग्रुप

एक राय यह थी कि उस चैनल के संबंध में जो मूल चैनल समूह से बाहर चला गया है, 26.12.2003 को मौजूद बेंचमार्क कीमतों के संदर्भ में कमी की सीमा निर्धारित होनी चाहिए। दूसरी राय यह थी कि यह एक ऐसा मुद्दा है जिसे एसएसओ तथा ब्राडकास्टर के बीच निपटाया जाना चाहिए, परन्तु भविष्य में कोई विवाद न हो इसके लिए ट्राई को ब्राडकास्टर्स/एमएसओ के लिए यह अनिवार्य करना चाहिए कि वे सभी मौजूदा पे चैनलों, की अलग-अलग कीमतों का निर्धारण करें।

- ड) 26.12.2003 के बाद शुरू किए गए पे चैनल/चैनल समूहों की दरों को उनको शुरू करने के स्तर पर फ्रीज करने के संबंध में निम्नलिखित विचार प्राप्त हुए:

I ब्राडकास्टर, चैनल प्रदाता, चैनलों के वितरकों का ग्रुप

- i) इस ग्रुप ने कीमतों को फ्रीज करने का विरोध किया और सुझाव दिया कि कीमत निर्धारण का कार्य नहीं किया जाना चाहिए और यह सुझाव दिया कि इसे बाजार की शक्तियों पर छोड़ दिया जाना चाहिए।
- ii) प्रारंभिक कीमतों का उद्देश्य एक ऐसा अवसर प्रदान करना है जिसमें अधिक से अधिक लोग सामग्री देख सकें और इसलिए इस स्तर पर कीमतों को फ्रीज नहीं किया जाना चाहिए।

- iii) डेलिवरी के लिए दो प्लेटफार्म हैं तथा अधिक डीटीएच ऑपरेटरों का परिचालन प्रारंभ होने की संभावना है और भारतीय बाजार प्रतिस्पर्धी है, इसलिए कीमतों में नियंत्रण लगाने तथा उनमें प्रतिबंध लगाने से राजस्व प्रभावित होगा, निवेश सीमित होगा, डिजिटलीकरण धीमा होगा तथा कार्यक्रमों की गुणवत्ता तथा विविधता प्रभावित होगी।
- iv) ट्राई का उद्देश्य प्रतिस्पर्धा बढ़ाना है तथा कीमतों को फ्रीज करना केवल एक अस्थायी उपाय है। मनोरंजन के दूसरे रूपों जैसे कि थियेटर, प्रिंट मीडिया में इस प्रकार की कोई विनियम व्यवस्था नहीं है। मूलभूत टियर के अलावा विश्वभर में पे चैनलों की अधिकतम कीमत निर्धारण या विनियमन का कार्य नहीं किया जाता है।
- v) कीमत विनियम पाइरेसी को सही सिद्ध करता है तथा परिणामस्वरूप कम घोषणा की जाती है।
- vi) बाजार की विफलता का कोई परिदृश्य या मितव्ययिता का कोई औचित्य ऐसा नहीं है जिसमें पे चैनलों की कीमत नियंत्रित की जाए।

II एमएसओएस तथा केबल ऑपरेटरों का ग्रुप

- i) जब तक समाधान की कोई प्रणाली (एड्रेसेबिलिटी) नहीं बनती और उपभोक्ता की पसंद का समाधान नहीं होता तब तक वार्षिक मुद्रास्फीति के समायोजन को छोड़कर कीमतों को फ्रीज रखा जाना चाहिए अन्यथा उपभोक्ताओं के हितों की रक्षा करने का प्रयोजन निष्फल हो जाएगा।
- ii) दूसरा सुझाव यह है कि न केवल 26.12.2003 के बाद आने वाले नए पे चैनलों के मामले में कीमतों को फ्रीज किया जाना चाहिए बल्कि टैरिफ आदेश में भी संशोधन करके सब्सक्राइबर आधार में वृद्धि करने पर भी प्रतिबंध लगाया जाना चाहिए। उन्हें केवल सेवा क्षेत्र बढ़ाने की ही अनुमति दी जानी चाहिए अथवा केवल ऑपरेटरों की संख्या में वृद्धि की जानी चाहिए। एक विकल्प यह है कि कीमतों को केवल ब्राडकास्टर्स से एमएसओएस के स्तर पर फ्रीज किया जाना चाहिए और एमएसओएस को आगे वितरण श्रृंखला के लिए केबल प्रभारों को बढ़ाने की अनुमति दी जानी चाहिए ताकि अधिरोपित अधिक कनेक्टिविटी के कारण ब्राडकास्टर्स को जाने वाली अतिरिक्त राशि की प्रतिपूर्ति हो सके।

III उपभोक्ता संगठनों का ग्रुप

एक उपभोक्ता संगठन, 26.12.2003 के बाद शुरू किए जाने वाले पे चैनलों की कीमत को उन्हें शुरू किए जाने के स्तर पर प्रीज करने के पक्ष में था तथा दूसरे की राय थी कि इसें प्रीज नहीं किया जाना चाहिए बल्कि नए पे चैनलों के कीमत निर्धारण के लिए अपनाए जाने वाले बेंचमार्क के आधार पर इसकी समीक्षा की जानी चाहिए।

च) टैरिफ ओदश के खण्ड 4 के अनुसार यथा-संसूचित ब्राडकास्टरों द्वारा एमएसओएस पर प्रभारित नए पे चैनलों की कीमतों में जब कभी परिवर्तन हो उन्हें ट्राई द्वारा लोगों की जानकारी के लिए जारी करने के संबंध में प्रस्तुत तर्क इस प्रकार हैं :

I ब्राडकास्टर, चैनल प्रदाता, चैनलों के वितरकों का ग्रुप

- i) उपभोक्ता के लिए जो सूचना संगत है वह है फुटकर कीमत न कि ब्राडकास्टर द्वारा एमएसओएस से प्रभारित की जाने वाली कीमत। नीचे वितरण श्रृंखला तक की जानकारी प्रकाशित करने की बाध्यता न होने से दुविधा की स्थिति पैदा होगी और ऐसा करने से बाजार की कुशलता कम होगी।
- ii) दूसरी राय यह थी कि कीमतों के संबंध में ट्राई को प्रस्तुत सूचना गोपनीय है और विचार-विमर्श के आधार पर तय वाणिज्यिक दृष्टि से संवेदनशील सूचना को आम जनता के लिए उजागर करने से पार्टियों को भविष्य में अपनी प्रतिस्पर्धात्मक शक्ति के आधार पर समझौता करने में कठिनाई होगी।
- iii) यह भी राय थी कि चैनल की दरें ट्राई द्वारा प्रकाशित की जाएं।

II एमएसओएस तथा केबल ऑपरेटरों का ग्रुप

- i) ट्राई द्वारा कीमतों को प्रकाशित किया जाना चाहिए क्योंकि कीमतों के मामले में ट्राई सर्वोत्तम सरकारी स्रोत है तथा ऐसा करने से पारदर्शिता भी होगी। कीमतों की जानकारी उपभोक्ता संगठनों को कराई जानी चाहिए। ब्राडकास्टरों तथा

एमएसओएस की भी अपने-अपने चैनलों के माध्यम से कीमतों की जानकारी देनी चाहिए। अपने तर्क के समर्थन में उन्होंने केबल टेलीविजन नियम, 1994 के नियम 9 की ओर भी ध्यान आकर्षित किया।

- ii) ब्राडकास्टर्स, एमएसओएस, एलीसीओएस के बीच वितरण मार्जिन को शेयर करने की दुनिया भर में परम्परा है। भारत में भी इसी प्रकार का मॉडल अपनाया जाना चाहिए।

III उपभोक्ता संगठनों का ग्रुप

उपभोक्ताओं संगठनों की टिप्पणी थी कि यह एक बहुत ही सकारात्मक कदम होगा और ऐसा करने से पारदर्शिता आएगी और सभी स्तरों पर समान रूप से निर्णय लिया जाएगा।

- छ) गैर-कैस परिवेश में केबल ऑपरेटरों के माध्यम से चैनलों के बारे में व्यापक विकल्प प्राप्त हो इसके लिए अलग-अलग चैनलों के कीमत निर्धारण की ओर अग्रसर होने के मुद्दे पर विभिन्न स्टैकहोल्डर्स के ग्रुपों की राय।

- I ब्राडकास्टर, चैनल प्रदाता, चैनलों के वितरकों का ग्रुप
ब्राडकास्टर ग्रुप ने अलग-अलग चैनलों के कीमत निर्धारण की ओर अग्रसर होने का समर्थन नहीं किया। सामान्यतौर पर टैरिफ आदेश में प्रस्तावित संशोधन जिसमें किराया-बिल प्रणाली का प्रावधान है, का समर्थन न करने का आधार दोहराया गया। उपभोक्ता के स्तर पर एड्रसेबिलिटी मौजूद न होने के कारण सामूहिक पसंद, अलग-अलग उपभोक्ता की पसंद आदि का द्योतक नहीं हो सकता है। किराए पर आधारित बिल प्रणाली पर उपभोक्ताओं की लागत बढ़ना इस प्रस्ताव का समर्थन न करने का कारण बताया गया।

II एमएसओएस/केबल ऑपरेटरों का ग्रुप

- i) हमें अलग-अलग चैनलों के कीमत निर्धारण की ओर अग्रसर होना चाहिए।
ब्राडकास्टर अच्छी मांग वाले चैनलों के साथ कम मांग वाले चैनलों को समूहित करते हैं और गैर-कैस परिवेश में अलग-अलग चैनलों के कीमत निर्धारण की ओर अग्रसर होने से उपभोक्ताओं को व्यापक विकल्प प्राप्त होगा।
- ii) यह कहा गया है कि ऐसे एमएसओएस/ऑपरेटर जो सीधे फीड हो रहे हैं उन्हें तब तक उपभोक्ताओं की ओर से विकल्प चुनने का अधिकार दिया जाना चाहिए

जब तक एड्रसेबिलिटी की प्रणाली उपभोक्ता के स्तर तक नहीं पहुंच जाती है।
दुनिया भर में ऐसी ही परम्परा है।

- iii) एक विचार यह भी था कि इसमें लाभ तथा हानि दोनों हैं। ऑपरेटर के माध्यम से सामूहिक रूप से चुनने का लाभ है परन्तु कठिनाई यह है कि एमएसओ को सभी चैनल चुनने होंगे क्योंकि मांग में विविधता होती है। इसके लिए केबल ऑपरेटरों के साथ ज्यादा संख्या में समझौते करने पड़ेंगे।

III उपभोक्ताओं का ग्रुप

केबल ऑपरेटरों के माध्यम से विकल्प का प्रयोग करना एक भ्रम है और अलग-अलग चैनलों का कीमत निर्धारण एड्रसेबल प्रणाली के माध्यम से पे चैनलों की शुरुआत के साथ होना चाहिए। दूसरा विचार यह है कि हमें अलग-अलग चैनलों के कीमत निर्धारण की ओर अग्रसर होना चाहिए परन्तु उपभोक्ता सीमित बैंडविथ के एनॉलॉग नेटवर्कों के कारण विकल्प का लाभ नहीं उठा सकेंगे।

TELECOM REGULATORY AUTHORITY OF INDIA

NOTIFICATION

New Delhi, the 31st July, 2006

No. 1-13/2005-B & CS.—In exercise of the powers conferred upon it under sub-section (2) and sub-clauses (ii), (iii) and (iv) of clause (b) of sub-section (1) of section 11 of the Telecom Regulatory Authority of India Act, 1997 (24 of 1997) read with the Notification No.39 (S.O. No. 44(E) and 45 (E) dated 09/01/2004) issued from file No. 13-1/2004-Restg by the Central Government under clause (d) of sub-section (1) of section 11 and proviso to clause (k) of sub section (1) of section 2 of the Telecom Regulatory Authority of India Act, 1997 (24 of 1997), the Telecom Regulatory Authority of India, hereby makes the following Order:

1. Short title, extent and commencement:

- i) This Order shall be called "The Telecommunication (Broadcasting and Cable) Services (Second) Tariff (Sixth Amendment) Order 2006, (5 of 2006)"
- ii) This Order shall apply throughout the territory of India.
- iii) This Order shall come into force on the date of its publication in the Official Gazette

2. In the Telecommunication (Broadcasting and Cable) Services (Second) Tariff Order, 2004 (6 of 2004) after the existing clause 3A and the entries relating thereto, the following clause and entries relating thereto shall be inserted as clause 3B, namely :-

" **3B** : In determining the similarity of rates of similar channels referred to in the provisos below clause 3 above the following factors shall be taken into account:

- (i) the genre and language of the new pay or converted Free to Air to pay channel;
- (ii) the range of price ascribed to the channel of similar genre and language in the price of a bouquet(s) and prices of bouquet(s) that existed as on 26.12.2003 ; and,
- (iii) the range of prices of the individual channel of similar genre and language as existing in the cities where CAS is in existence;"

3. Explanatory Memorandum

A. This Order contains an Explanatory Memorandum attached as Annexure

By Order,
RAKESH KACKER, Advisor (B & CS)
[ADVT III/TV/142/2006/Exty.]

Annexure A

Explanatory Memorandum

- 1.1 The MSO Alliance, an alliance representing some of the major Multi System Operators (MSO) had suggested that all new pay channels (i.e those introduced after 26.12.2003) should be offered as individual channels. According to the MSOs the existing provision in the Tariff Order to offer the new pay channels(s) / or converted FTA to pay channels either individually or as part of a new separate bouquet on a stand alone basis has not been effective. Further, it has been stated that the absence of availability of information on individual channel prices, within the bouquet, hampers decision-making based on proper business rationale. On behalf of the MSO Alliance it was stated that the Tariff Order needs to be amended to ensure that the channels within a new bouquet are offered individually.
- 1.2 The MSO Alliance, in the context of the above, had made a proposal for amendment of the Tariff Order vide their letter dated March 14 2005. They had sought deletion of the words "or as part of new separate. Bouquets" in the proviso to the Tariff Order of 1.10.2004. The implication of this is that all

new channels can only be provided as separate individual channels. They also indicated that once a new bouquet of pay channels is introduced, the new bouquet rate should be frozen at the level of introductory rate excepting for increase for inflation. Another suggestion was that if the broadcaster wishes to introduce any further channels after the introduction of a new bouquet then further introduction of the channel(s) in pay channel mode may be offered as single channel and should not be loaded with the 2nd bouquet of new channels. Attention of the Authority was also drawn to Rule 9 of the Cable Television Network Rules 1994, as amended, and in particular the second proviso relating to illusory pricing introduced with effect from 6.6.2003.

- 1.3 The Authority considered the proposal and decided that broader consultation would be necessary before a final decision can be taken. Besides, during the process of implementation of the Tariff Order of 1.10.2004, a number of other issues such as migration of channels from one broadcaster to another, freezing of rates of new pay channels at the introductory level, publishing of wholesale prices in TRAI's website were also raised. Accordingly a combined Consultation paper was issued covering all these issues.

Consultation Process

- 2.1 As indicated in para 1.3 above in order to give effect to broader consultation it was decided by the Authority to issue a consultation paper on 7.11.2005.

The following questions were posed for consultation:

- i) Whether the proposal for amendment to the Tariff Order as suggested by MSO Alliance for deletion of the words "or as part of new separate bouquets" should be agreed to or not?
- ii) If not, whether there can be any other method by which the concerns expressed by MSO Alliance can be addressed within the existing framework of non-existence of addressability? If so how?
- iii) Whether the existing tariff order be amended to indicate benchmarks which can be used for determining similarity in rates of new pay channels vis-a-vis rates of similar channels that was prevailing on 26.12.2003? If so what should be the benchmarks and how to arrive at these benchmarks out of the following options: -
 - a) Can the average wholesale price of bouquet of channels existing as on 26.12.2003 be used as benchmark to determine similarity in rates?

- b) Should available Chennai (CAS area) individual channel prices and wholesale bouquet prices in CAS Areas and Non CAS areas be used to derive a wholesale individual channel price within a bouquet in non CAS area and this derived wholesale price of the individual channel be used as a benchmark for judging the similarity in rates?
- c) Whether there can be any other methodology and what are the details of such alternative methodology?
- d) Whether similarity should be judged with reference to the same broadcaster or all broadcasters for similar genre of channels and whether language and reach of a channel also be considered for reckoning similarity?
- iv) What should be the approach in case an existing pay channel changes from one distributor to another as in the case of HBO and Ten Sports and what specific changes may be required in the Tariff Order?
- v) Whether the prices charged by broadcasters to the MSOs, for channels/bouquets launched after 26.12.2003, should be frozen at the levels at which they were introduced, with an annual increase for inflation as suggested by the MSOs?
- vi) Whether the prices charged by the broadcasters to the MSOs as reported under clause 4 of the Tariff Order of 1.10.2004 should be released for public information by TRAI as and when there are changes? If so how this would lead to more efficient functioning of the market?
- vii) Whether we should move towards pricing of individual channels so that the consumers in a non-CAS environment, through the cable operators, exercise a wider choice regarding channels?

Comments were received from 14 stakeholders. A gist of the detailed comments is available on TRAI's website www.trai.gov.in. As a part of the process of consultation Open House Discussions were held on 18th, 19th, 23rd and 25th January 2006 at Mumbai, Delhi, Bangalore and Kolkata respectively. A summary of the gist of the comments on the various issues received during the consultation process is placed in the Annexure to this Explanatory Memorandum.

Analysis of the Issues raised during Consultation

Amendment to the Tariff Order for deletion of the words "or as part of new separate bouquets"

3.1 The Tariff Order of 1.10.2004, inter alia, provides that the ceiling as existing on 26.12.2003 can be increased on account of introduction of new pay channel by a broadcaster after 26.12.2003 or conversion of FTA channel existing as on 26.12.2003 to a pay channel subsequently, provided such new

pay channel or converted FTA Channel is offered on a stand alone basis and not form part of a bouquet existing as on 26.12.2003, either individually or as part of new bouquet. The stipulation providing that the new pay channel(s) will not form a part of the existing bouquet that existed on 26.12.2003 and will be offered on a stand alone basis was intended to protect the sanctity of the price ceiling of channels existing as on 26.12.2003. It was expected that the MSO or independent LCO, would, on receiving the offer of new pay channel individually or as a bouquet, be considering his/her business case before taking a decision. The choice to accept or reject the offer is still available to the MSOs and independent Local Cable Operators (LCO) taking feed from the broadcaster though such a choice is technically not available at levels below in the distribution chain including the consumer.

3.2 Though in the original proposal of MSO Alliance the request was for deletion of the words "or as part of new separate bouquets in response to consultation paper and the during Open House Discussions it was suggested by MSOs that the MSOs should have a choice to opt between a-la-carte and bouquet.

3.3 The basic argument, which is advanced by the MSOs in support of the amendment is that, the broadcasters are forcing the newly introduced bouquets on operators under threats of disconnection of even the old bouquets existing on 26.12.2003. It was also pointed out that they are not able to carry all the channels in the new separate bouquet, in a substantially analogue network due to bandwidth constraint. Further it was stated that there is consumer resistance to pay for unwanted channels in the new bouquet while the MSOs are burdened to carry and pay for the entire new bouquet. While these concerns are valid it must also be recognized that a-la carte pricing could be more expensive due to higher distribution costs and could in the absence of addressability and the current disparities in market power lead to a situation where the MSOs are forced to take all the new channels and that too at a higher price.

3.4 While expressing similar concerns the consumer organizations have suggested that the choice through the operator would only be farce given the current scenario of area monopolization at the last mile level and the amendment would only give leverage to the MSOs.

3.5 The proposal in all fairness can be considered for implementation only on a prospective basis. This would mean there will be three different sets of regimes for channels floated at different points of time. One for those which existed as on 26.1.2.2003, the second for those new pay channels which came in after 26.12.2003 and third the proposed new regime as finally decided on the basis of the proposal of MSO Alliance. The implementation of different sets of regulations for three sets of regimes could become complicated. The proposal would invite criticism on grounds of being unfair to the new entrants.

3.6 Considering all these factors and in particular the views of the consumer organizations that this would not lead to better consumer choice, the Authority has decided that this suggestion of the MSO Alliance should not be accepted.

Alternative Methods in a non addressable system

3.7 Digitalization is seen to be one solution to address the stated cause for proposed amendment. TRAI has already made detailed recommendations on Digitalization of Cable Television in September 2005. With developments on the DTH platform even the small /medium level MSOs and Last Mile Operators have started realizing the need for moving towards digitalization. Digitalization per se would only give a larger array of channels and much improved quality but may not facilitate the concept of pay for what you watch without addressable system at the level of consumer. However both CAS and digitalisation to spread throughout the country would take time.

3.8 A suggestion has been made that in a non-CAS environment there has to be a mechanism to know the price of individual channel price vis-à-vis the average price of a channel within a bouquet. As already indicated in the analysis done under the heading of Amendment to the Tariff Order' the individual channel pricing decision will have meaning only if the facility to make a choice of an individual channel within a bouquet exists

3.9 One approach could be that the tariff order could mandate that in case if the new pay channel is offered as a part of a stand alone new bouquet the individual channel prices should also be mentioned along with the bouquet price. This would bring in transparency. An argument often advanced by the broadcasters against stating individual prices is that the business model is to sell a package of channels of different genres and assign a value at which the

bouquet can be marketed and the bouquet price is not merely a sum of cost of individual channel in a bouquet. However it is often seen that the channels in the bouquet are not sourced from the same content provider which should mean that the channels are acquired individually and therefore it can have a reference price.

3.10 The suggestion that there should be an overall price freeze taking all the bouquets together plus 7% is not practical and is not in the spirit of the Tariff Order and could also create problems for the implementation of the current price order which essentially seeks to control the bouquet prices as prevalent on 26.12.2003.

3.11 The other suggestion referring to the recommendation of premium channels coming through set top box is essentially a more CAS oriented solution which will depend on the Government decision.

3.12 **On the basis of the above analysis and the decision on the first issue for consultation it is felt that this concern could be better addressed through introduction of addressability and spread of digitalisation.**

Amendment to existing tariff order to indicate benchmarks which can be used for determining similarity in rates of new pay channels vis-a-vis rates of similar channels that was prevailing on 26.12.2003

3.13 The existing tariff order does not indicate any specific methodology to be adopted in establishing similarity of channels that existed on 26.12.2003. The difficulty envisaged was that no one method could really be justified as a perfect method given the degree of difficulty in establishing the criterion for treating two channels as similarly placed. More importantly, even after one is able to establish similarity in content and programme quality between two channels, the value attached to such similar channels depends on the perception of diverse segment of viewers. Entertainment appeals to the mind unlike a manufactured product and therefore perception of viewers is bound to vary between two similarly placed channels. There is therefore a valid business case to price a similar product differently based on the perception of

viewers. The comments received on this question also support this. Therefore any exercise, prima facie, even if done would only be bordered more on subjectivity and judgmental assessment and therefore not perfect.

3.14 The methodology suggested by the MSOs of using the formula indicated in the Consultation paper of April 2004 will not be effective. Essentially this formula suggests that the price of no channel should be more than twice the average price of a bouquet. However as has been indicated in the consultation paper itself this would lead to wrong results in a 2 channel bouquet like ESPN/Star Sports (the price of each channel would be equal to the bouquet price).

3.15 Following the comments of the consumers it is proposed to provide guidelines to benchmark the prices. The only method that could be followed is to take the bouquet prices, adjust them for inflation, take into account the individual prices of the channels in Chennai (and other CAS markets when these emerge) of the same genre and then fix the individual prices after adjusting for the wholesale price discount. The tariff order is being amended to provide for these guidelines. A sample calculation is provided below to make the process clear.

3.16 Bouquet consists of 5 channels priced at Rs. 50 in December 2003.

Individual Channel prices in Chennai : Rs. 30 (Gen entt.) , 25 (Sports), 15 (Films), 8 (Cartoons) and 7 (Lifestyle). Total = 85

Benchmark price for General entertainment channel sold a-la carte would be 30×1.07 (for inflation) = Rs. 32.10. Similar calculation would be done for all the genres and the benchmark price for individual channel would be the range offered by this calculation.

Benchmark price when channel sold in bouquet would be $30 \times 1.07 \times (50/85)$ = 17.77 The reference bouquet price would be calculated by totaling benchmark prices of the individual channel prices in the bouquets as

arrived above. Rs.85 and Rs 50 used above are only examples. The determination of benchmark prices for individual channels in a bouquet would take into account bouquet price(s) that existed on 26.12.2003 of all broadcasters, the range of price ascribed to the individual channels of similar genre and language out of bouquet price of the broadcaster's bouquet(s) that existed on 26.12.2003, range of individual channel prices offered on a-la-carte of channels of similar genre and language of all broadcasters

Approach in case an existing pay channel changes from one authorised agency to another

3.17 It has been decided to insert a separate section indicating the factors that would be taken into account while determining the similarity of rates of similar channels as indicated in the Tariff Order of 1/10/2004. Further so far there have been only two cases of a channel moving from one authorised agency to another. Ten Sports which was being distributed earlier by Modi Entertainment joined the One Alliance and is now being distributed by them as part of a new bouquet. HBO which was earlier being distributed by the One Alliance is now being distributed by Zee Turner as part of a new bouquet. One of these channels is an English Movie Channel which is not very popular. The approach set out in the earlier paragraph could be used to determine the reasonableness of the individual prices if the channel is offered as an individual channel and also the prices of a bouquet if the channels are offered as a bouquet. It has therefore been decided not to consider any amendment to the Tariff Order in regard to the issue of shifting of a channel from one broadcaster to another.

Whether the prices being charged by Broadcasters to the MSOs for channels/bouquets launched after 26.12.2003 should be frozen at the levels at which they were introduced?

2343GI/06-5

3.18 This suggestion was made by the MSO Alliance – it has also been indicated by them that an annual inflation adjustment mechanism could be considered. The apprehension here is that the prices of these new bouquets could be escalated. The broadcasters have objected to any price control as they consider that this is not necessary since the price increase is only temporary. **Out of the two consumer organizations one has agreed with the views of the MSO alliance while the other has suggested that this be regulated through the mechanism suggested for judging similarity (discussed in paras 3.13 to 3.16 above) . This suggested approach is the best as it would provide a fair basis of judging the reasonableness of the prices in a comprehensive manner.**

Whether the prices charged by the broadcasters to the MSOs as reported under clause 4 of the Tariff Order of 1.10.2004 should be released for public information by TRAI as and when there are changes? If so how this would lead to more efficient functioning of the market?

3.19 On this issue the two consumer organizations have supported the suggestion. Some Broadcasters have however pointed out that this should also be accompanied by further dissemination of information by the MSOs and the Cable operators to the consumers. In principle there can be no real objection to the release of prices. This would lead to greater transparency and information. However given the market as it has evolved today there is no direct correlation of wholesale prices to retail prices – this depends on the level of negotiated connectivity and total payment not only for the particular bouquet but also the other bouquets. Thus the same wholesale prices lead to different retail prices in different parts of the country. It would not be possible to bring about uniformity in these prices, in the absence of addressability, because of the great diversity in conditions in different parts of the country. Therefore the best course of action would be for each service provider to provide a break up of these charges with all elements including arrears. This would also help in the resolution of disputes as and when they arise. **It has been decided in principle that these wholesale prices reported by the**

Broadcasters would be put up on TRAI's website with the clarification that retail prices need not fully reflect these prices since the negotiated connectivity is less than 100% and that is why retail prices are generally lower than the wholesale price. There should also be a mechanism by which prices for individual channels charged by MSOs to cable operators and by cable operators to consumers should be made available to the cable operators and consumers respectively. In view of the large number of operators the manner in which this should be done will have to be determined separately taking into account that at present there is no field level enforcement machinery in place. Thus action to publicise and /or inform individual consumers about the rates of channels /bouquets would be examined separately as one comprehensive exercise.

Whether we should move towards pricing of individual channels so that the consumers in a non-CAS environment, through the cable operators, exercise a wider choice regarding channels?

3.20 A general view over this subject is yet to crystalise. Accordingly there appears to be no need to make any changes in the basic scheme of the price control regime for the present.

3.21 The factors mentioned for determining the similarity of rates of similar channels contained in the proposed clause 3B in the Amendment Order has not been extended to the charges in respect of commercial subscribers, in deference to the directions of the Hon'ble Supreme Court on 28.4.2006 to maintain status quo as on the date of the order until further orders in civil appeals no 2061 of 2006 and 2247 of 2006.

ANNEXURE

GIST OF COMMENTS OF STAKEHOLDERS

The opinion on the issues have generally been seen to be divided along the lines of business model reflecting the respective interests of stakeholder groups of Broadcasters, channel Providers and channel Distributors on the one hand and the MSOs and Cable Operators on the other. Only two consumer Organisations have responded. The comments received have been summarized

to reflect the different views received under these three major groups of stakeholders. Certain new issues, which have been raised in the Open House Discussions, have also been taken into consideration.

a) **On the proposal for amendment to the Tariff Order proposed by MSO Alliance the views of the major groups are:**

I. Group consisting of Broadcaster, channel provider, distributors of channels

- i) Collective choice given the wide variety of individual choices would require consensus, which is not practicable. Further the argument of a-la-carte leading to wider consumer choice is fallacious, as the consumers will still have no choice over cable operator or placement of channels or quality of service.
- ii) It is important to have a proper addressable system for a-la-carte model to be effective and transparent.
- iii) Restricting channels to a a-la-carte leads to a loss of benefits of economies of scale, result in lower programme diversity and absence of level playing field to new and niche channels, restrains the growth of the industry leading to loss of benefits of volume discounting, reduced choice and increased cost to the consumers. It has been reported that there is evidence to this effect shown in a study of US Market.

II Group consisting of MSOs, Cable Operators

- i) Broadcasters are hard bundling all the pay channels and customers are not willing to pay as they do not watch all pay channels. The words 'or as part of new separate bouquet' has been taken advantage by the broadcasters in the case of HBO and Ten Sports Channels.
- ii) What has been requested is that both choices – to subscribe individually or bouquets – should be available and for the choice to be real a pricing formula needs to be incorporated in the Tariff Order whereby a ceiling on the individual/ a-la-carte prices comprised in a bouquet is imposed.
- iii) With the large increase in the number of channels it is not possible to carry all the channels because of limitations of bandwidth.

III Group consisting of consumer organizations

The responding consumer organisations have stated that the proposal of MSO Alliance should not be agreed to till the introduction of CAS or an addressable system at the level of consumer. Collective choice in the present set up when the consumer is required to deal with only one cable operator is a farce and the amendment will only give leverage to the MSOs.

b) On the issue of alternative methods by which the concerns expressed by MSO Alliance can be addressed within the existing framework of non-addressability the views of the various groups of stakeholders are as under:

I. Group consisting of Broadcaster, channel provider, distributors of channels

- i) In the absence of CAS, digitalization is seen to be the solution for addressing the concerns of MSOs over constraints of bandwidth for carrying channels in Analogue mode. The choice of offering channels individually or as a bouquet should be left to the broadcasters to determine and market driven solution is advanced as the best option in a Non CAS environment.

II Group consisting of MSOs and Cable Operator

- i) The general view is that there is no other method excepting amendment to the Tariff Order, as they are not able to carry all the bouquet(s) of channels imposed on them in analogue mode.
- ii) However in the alternative in a non-addressable situation there is a need for a basic formula of individual pricing of channels Vs Average price per channel in a bouquet so that the individual channel price is not unviable for operators to choose.
- iii) One view is that in the event amendment being not practical the price prevailing on 26.12.2003 can be used as benchmark but only 7% increase be permitted on the aggregate price of all bouquets.
- iv) Another view is that TRAI's recommendation on pay channels coming after a notified date through STB with limited price regulation on maximum available discount in a bouquet should address the issue.

III Group consisting of consumer organisations

- i) If CAS through STB is implemented on rental basis and digitalization takes place the issue will get resolved.
- ii) Another consumer organisation is of the view that the issue has arisen due to migration of pay channels and it is a dispute between service providers. In order to avoid future dispute TRAI should mandate all broadcasters /distributors to decide on individual prices of all existing pay channels.

c) On the issue of amendment of Tariff Order to indicate benchmarks for determining similarity in rates of new pay channels vis-à-vis rates of similar channels that was prevailing on 26.12.2003 the views of the various groups are as under:

I. Group consisting of Broadcaster, channel provider, distributors of channels

- i) This group have stated that the rapid growth in competitive market should be recognized and price freeze withdrawn and the Tariff Order amended to invoke free market principle and pricing should be allowed to be based on commercial agreements.

- ii) Fixing benchmarks for a product, which comprises intellectual property rights and copyrightable material, would amount regulating the price of copyrights. Entertainment is not a commodity to apply quantitative parameters and is not an essential commodity to be brought under price regulation.
- iii) With intrinsically different cost structure on account of technology used, distribution model followed, differences in content quality, programme format, margin/fees paid to intermediaries, the benchmark approach will be ineffective, illogical and sub optimal.

II. Group consisting of MSOs and Cable Operators

- i) Similarity of channels should be judged by taking into consideration the rate card or price of individual channel of all broadcasters of similar genre and the language of the channel. The criteria based on reach being subjective should not be used.
- ii) The derived wholesale price should not be used as a benchmark.
- iii) One view is that if the price prevailing as on 26.12.2003 is used as benchmark only 7% increase on account of inflation should be allowed on the aggregate price of all the bouquets of a broadcaster/distributor.
- iv) Another view is that the method of fixing prices on a la carte vis a vis bouquet of channels as envisaged in para 4 of chapter 3 of the consultation paper of April 2004 can be used as basis.
- v) Despite subjectivity involved in pricing of content there has to be ceiling on the price of new channel vis-à-vis the price of existing channel of that genre. A limit of 1.5 times the price of existing channel is suggested as one option. In case if a broadcaster feels that such pricing will not cover his costs and reasonable margin exception can be made by TRAI on case-to-case basis after examining costing details.

III. Group consisting of consumer organisations

One view is that the available Chennai CAS area individual channel prices and wholesale bouquet CAS and NON CAS area prices be used to derive wholesale individual channel price within a bouquet and for judging similarity in rates. Another organisation has suggested that channels be classified under various genres by the broadcaster and average price falling under a genre can be used as a benchmark till such time the addressability is introduced. Market forces may be allowed to determine the prices once the addressability is introduced.

- d) On the issue of specific changes required in the Tariff Order and the approach in case of an existing pay channel change from one distributor to another, the arguments representing various stakeholder groups are:

I. Group consisting of Broadcaster, channel provider, distributors of channels

- i) The Regulator should not be interfering in what are commercially negotiated contracts between private parties.
- ii) Such events are unique and it is impossible to work out any methodology because the events are spread over different periods of time.
- iii) There are also a couple of suggestions on the methodology. One suggestion is that the current distributor be allowed to acquire a new channel in place of an existing channel going out of his existing bouquet without change in the existing bouquet price. Alternatively if the cost of acquisition leads to higher cost per subscriber, the new distributor should be left to his discretion to provide such new channel on a-la-carte basis or as a part of new bouquet by adding volume discount.

II. Group consisting of MSOs and Cable Operators

- i) The extent of reduction in the bouquet price should be the benchmark for the new broadcaster/distributor and to facilitate this the prices of individual channels and bouquets should be published by broadcasters in public domain.
- ii) Another suggestion is that the principle of price freeze on the total price of all bouquets subject to escalation for inflation must be applied or alternatively the shifted channel be mandated to be offered on a standalone basis for at least six months till the market forces determine the true value of the channel.

III Group consisting of Consumer Organisations.

One view is that the extent of reduction should be with reference to the benchmark prices as prevailed on 26.12.2003 of the channel that moved out of a bouquet. Another view is that it is an issue, which has to be settled between MSO and broadcaster, but in order that no dispute arises in future TRAI should mandate broadcasters/MSOs to decide on the individual channel prices of all the existing pay channels.

e) **On the issue of freezing of the rates of new pay channels /bouquets introduced after 26.12.2003 at the level of introduction the views are as under:**

I. Group consisting of Broadcaster, channel provider, distributors of channels

- i) The group have opposed price freeze and suggested lifting of price caps and recommended to leave it to market forces.
- ii) The object behind introductory pricing is to provide an opportunity to as many people to view content and therefore the prices should not be frozen at this level.
- iii) With two platforms for delivery and with more DTH operators expected to become operational the Indian market is

competitive and price control and restrictions will impact revenues, limit investment, slow down launch of digitalization, affect quality and diversity of programming.

- iv) TRAI's objective is to promote competition and price freeze is only a temporary measure. There is no comparable regulation on price etc on other forms of entertainment such as theatre, print media. Globally pay channels are not capped or regulated except the basic tier.
- v) Price -regulation sanctifies piracy and resultant under declaration.
- vi) No market failure scenario or other compelling economic rationale exists for placing price control on pay channels.

II. Group consisting of MSOs and Cable Operators

- i) The prices should be frozen except for the adjustment for annual inflation till addressability and choice at the consumer level is not sorted out as otherwise the objective of protecting consumer interest will be defeated.
- ii) Another suggestion is that not only the prices be frozen in respect of new pay channels that have come after 26.12.2003, the tariff order should also be amended imposing restrictions on the grounds for increase in subscriber base limiting it to only on account of enlargement of service area or addition to the number of cable operators. Alternatively, the price freeze should operate only at the level of broadcasters to MSO and MSOs should be allowed to increase the cable charges for the distribution chain below so that the additional outgo to broadcasters due to imposed increased connectivity is recouped.

III Group consisting of Consumer Organisations

One of the consumer organisations has favoured the freezing of prices of pay channels at the level of introduction after 26.12.2003 and the other has viewed that it should not be frozen and may be reviewed on the basis of benchmarks adopted for pricing of new pay channels.

- f) **On the issue of release for public information of prices of new pay channels charged by broadcasters to MSOs reported under clause 4 of the Tariff Order by TRAI as and when there are changes, the arguments advanced are:**

I. Group consisting of Broadcaster, channel provider, distributors of channels

- i) The relevant information to the consumer is the retail price and not the price charged by broadcaster to MSOs. Publishing of information without similar obligations down the distribution chain will cause confusion and make the market functioning inefficient.
- ii) Another view is that the information furnished to TRAI on prices is confidential information and public disclosure of negotiated

commercially sensitive information will create difficulties for the parties to enter into agreements based on their respective competitive strength in future.

- iii) There is also a view that the rates of the channel may be published by TRAI.

II. Group consisting of MSOs and Cable Operators

- i) The prices should be published by TRAI as TRAI will be best official source for pricing and will bring transparency. The prices should be made available to the consumer organisations. Broadcasters and MSOs should also disclose the prices through their respective channels. Attention has been invited to Rule 9 of the Cable Television Rules 1994 in support.
- ii) Stating that there is a worldwide practice of sharing distribution margin between broadcasters, MSOs, LCOs and a similar model should be adopted in India.

III Group consisting of Consumer Organisations

The consumer organisations have commented that it will be very positive step and would lead to transparency and informed decision making at all levels.

- g) **On the issue of moving towards pricing of individual channels so that the consumers in a NON CAS environment through the cable operators exercise wider choice regarding channels the views of the various groups of stakeholders are:**

I. Group consisting of Broadcaster, channel provider, distributors of channels

The broadcaster group has not supported the moving towards pricing of individual channels. Generally the grounds for not supporting the proposed amendment to the Tariff order facilitating the a-la-carte system, has been reiterated. The absence of non existence of addressability at the consumer level, collective choice cannot be representative of individual consumer choice etc, increased costs to consumers on a-la-carte system have been cited as the reasons for not supporting this proposal.

II. Group consisting of MSOs /Cable operators

- i) We should move towards pricing of individual channels. Broadcasters are bundling slow moving channels with channels in good demand and a move towards pricing of individual channels in non CAS environment will give wider choice to consumers.
- ii) It has been stated that MSO/operator who is getting direct feed should be able exercise choice on behalf of the consumers till addressability comes at consumer level and this is the practice worldwide.
- iii) One view that it has both advantages and disadvantages. The benefit is to choose collectively through the operator but the difficulty is that the MSO will have to select all the channels, as there will be divergent demands and increased number of agreements with the cable operator.

III. Group consisting of consumers

Exercising choice through Cable operator is just an illusion and pricing of individual channels should go along with the introduction of pay channels through the addressable system. Another view is that we should move towards pricing of individual channels but the consumer will not be able to exercise choice because of analogue networks with limited bandwidth.